

# STRATEGIA DI COMUNICAZIONE KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA

Piano di comunicazione

Progetto strategico PRIMIS viaggio multiculturale tra Italia e Slovenia  
attraverso il prisma delle minoranze

Komunikacijski načrt

Strateški projekt PRIMIS večkulturno popotovanje med Slovenijo in Italijo  
skozi prizmo manjšin

Versione N. 1

Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia - Direzione Centrale Cultura e Sport

Partner / Partnerji

## Sommario

1. INTRODUZIONE .....	3
1. UVOD .....	3
2. QUADRO NORMATIVO .....	3
2. REGOLATIVNI OKVIR .....	3
3. STRATEGIA .....	4
3. STRATEGIJA .....	4
4. ATTIVITA' E TARGET DI COMUNICAZIONE .....	6
4. KOMUNIKACIJSKE DEJAVNOSTI IN CILJI .....	6
5. IDENTITA' VISIVA .....	7
5. GRAFIČNA PODOBA .....	7
6. STRUMENTI PER LA COMUNICAZIONE INTERNA .....	9
6. ORODJA ZA NOTRANJO KOMUNIKACIJO .....	9
7. STRUMENTI PER LA COMUNICAZIONE ESTERNA .....	10
7. ORODJA ZA ZUNANJO KOMUNIKACIJO .....	10
8. MONITORAGGIO .....	12
8. NADZOR .....	12
9. ALLEGATI .....	12
9. PRILOGE .....	12
10. VERSIONI .....	13
10. VERZIJE .....	13

## 1. INTRODUZIONE

Il Piano di azione e comunicazione è uno strumento utile per avere una buona comunicazione all'interno del partenariato e per raggiungere i gruppi target con la comunicazione esterna. Verranno date semplici regole e assegnati compiti a ciascun partner in modo da raggiungere i risultati prefissati ed il più vasto pubblico possibile con le risorse a disposizione. Il Piano è un documento dinamico che può essere aggiornato in seguito a ogni SCM dopo la valutazione dell'efficienza ed efficacia delle attività di comunicazione o integrato secondo i suggerimenti dei partner.

## 1. UVOD

Akcijski in komunikacijski načrt je koristno orodje za dobro komunikacijo znotraj partnerstva in tudi za zunanje komuniciranje s ciljnimi skupinami. Vsakemu partnerju bodo podana enostavna pravila in naloge, da bi z razpoložljivimi sredstvi dosegli vnaprej določene rezultate in čim širšo javnost. Načrt je dinamičen dokument, ki ga je mogoče po vsakem SCM-u (Steering Committee Meeting) dopolniti po oceni učinkovitosti in uspešnosti komunikacijskih dejavnosti ali pa integrirati v skladu s predlogi partnerjev.

## 2. QUADRO NORMATIVO

I documenti che forniscono regole e indicazioni utili per la comunicazione esterna sono:

[Regolamento \(UE\) n. 1303/2013](#)

[Regolamento di esecuzione \(UE\) n. 821/2014](#) della Commissione, del 28 luglio 2014

[Regolamento \(UE\) n. 2016/679](#) della Commissione del 27 aprile 2016 (Regolamento generale sulla protezione dei dati - GDPR)

[Strategia di Comunicazione \(lingua italiana\)](#)

[Linee guida per l'applicazione dell'identità visiva per l'attuazione delle attività di informazione e comunicazione a livello di progetto sul sito del Programma Interreg V-A Italia-Slovenia - Vers. 2 /19 \(in lingua inglese\)](#)

## 2. REGULATIVNI OKVIR

Dokumenti, ki zagotavljajo pravila in uporabne navedbe za zunanje komuniciranje so:

[Uredba \(EU\) št. 1303/2013](#)

[Izvedbena uredba Komisije \(EU\) št. 821/2014](#), z dne 28 julija 2014

[Uredba \(EU\) št. 2016/679](#) Evropskega parlamenta in sveta z dne 27 aprila 2016 (Uredba o obdelavi osebnih podatkov - GDPR)

[Komunikacijska Strategija \(slovenski jezik\)](#)

[Priročnik za uporabo celostne grafične podobe pri izvajanju projektnih aktivnosti obveščanja v okviru Programa sodelovanja Interreg V-A Italia-Slovenija - Razl. 2/19 \(v angleškem jeziku\)](#)

### 3. STRATEGIA

#### Obiettivi generali:

- Condivisione delle informazioni fra i partner;
- Avere una chiara visione dei ruoli all'interno della partnership e dei risultati attesi;
- Raggiungere i diversi gruppi target;
- Diffondere i risultati ottenuti;
- Fornire informazioni e formare i beneficiari;
- Migliorare l'attrattività dell'area in termini di patrimonio linguistico, culturale e naturale.

#### Gruppi di intervento

La comunicazione esterna sarà diretta al grande pubblico, ai media, ai beneficiari del progetto e agli stakeholder.

#### GRANDE PUBBLICO

- Turisti e visitatori
- Cittadini/residenti
- Giovani e studenti

#### MEDIA

- Blogger
- Giornalisti
- Televisione
- Radio
- Stampa
- Media digitali e social network: siti internet, Facebook, Twitter, Instagram.

#### BENEFICIARI DEL PROGETTO E STAKEHOLDER

- Strutture che forniscono ospitalità turistica o servizi
- PMI
- Operatori economici
- Autorità locali e regionali
- Enti pubblici e privati che si occupano del patrimonio naturale e culturale
- Agenzie di sviluppo, marketing territoriale e

### 3. STRATEGIJA

#### Splošni cilji:

- Izmenjava informacij med partnerji;
- Imeti jasno vizijo vlog v partnerstvu in pričakovanih rezultatov;
- Doseganje določenih ciljnih skupin;
- Razširiti dosežene rezultate;
- Dajati informacije in izobraževati koristnike;
- Izboljšati privlačnost območja v smislu jezikovne, kulturne in naravne dediščine.

#### Ciljne skupine

Zunanja komunikacija bo usmerjena na širšo javnost, medije, koristnike projekta in interesne skupine (stakeholder).

#### SPLOŠNA JAVNOST

- Turisti in obiskovalci
- Državljeni/prebivalci
- Mladi in študenti

#### MEDIJI

- Blogerji
- Novinarji
- Televizija
- Radio
- Tisk
- Spletni mediji in družabna omrežja: spletne strani, Facebook, Twitter, Instagram.

#### KORISTNIKI PROJEKTA IN INTERESNE SKUPINE

- Objekti, ki nudijo turistične ali gostinske storitve
- MSP (mala in srednje velika podjetja)
- Gospodarski izvajalci
- Lokalne in regionalne oblasti
- Javne in zasebne ustanove, ki se ukvarjajo z naravno in kulturno dediščino
- Razvojne agencije, turistične agencije in za

- agenzie turistiche, tour operator
- Organizzazioni per la gestione dei siti del patrimonio culturale e naturale
- ONG, organizzazioni no-profit e altre associazioni professionali e della società civile che si occupano di questioni sociali, culturali e relative alle risorse naturali
- Camere di commercio, organizzazioni e associazioni professionali di categoria, imprese private e cluster
- Scuole, università e istituti specializzati nella ricerca, istruzione e formazione

La comunicazione interna sarà diretta al gruppo di progetto e agli organi del programma.

- Partner di Progetto
- Esperti esterni
- Segretariato Congiunto
- Info Point sloveno
- Autorità di gestione

Cittadini	250.000
Turisti	5.000
Studenti	400
Autorità nazionali, regionali, locali	10
Soggetti pubblici e privati operanti nel settore del patrimonio naturale e culturale	40
Organizzazioni non profit del settore culturale, sociale e ambientale	80
PMI	30
Istituzioni specializzate nell'educazione, formazione	30

- teritorijalno trženje, organizatorji potovanj
- Organizacije za upravljanje območij kulturne in naravne dediščine
- NVO (nevladne organizacije), neprofitne organizacije in ostala strokovna in civilna društva, ki se ukvarjajo s socialnimi, kulturnimi in okoljskimi zadevami
- Gospodarske zbornice, strokovne organizacije in združenja, zasebna podjetja in clusterji (grozdovi)
- Šole, univerze in specializirani inštituti za raziskavo, izobraževanje in usposabljanje

Notranja komunikacija bo usmerjena v projektno skupino in organe programa.

- Projektni partnerji
- Zunanji strokovnjaki
- Skupni sekretariat
- Slovenski Info Point
- Organ upravljanja

Prebivalci	250.000
Turisti	5.000
Šolska mladina	400
Državni, regionalni in lokalni organi	10
Javni in zasebni subjekti, ki delujejo na področju naravne in kulturne dediščine	40
Neprofitne organizacije na kulturnem, socialnem in okoljskem področju	80
MSP	30
Ustanove, specializirane za izobraževanje in usposabljanje	30

## 4. ATTIVITA' E TARGET DI COMUNICAZIONE

### Attività del WP2:

- 1) Organizzazione eventi
  - a. 1 kick off meeting in Veneto a marzo 2019
  - b. 4 open day a Trieste, Comelico, Bibione, Capodistria
  - c. 1 evento di presentazione del corso di formazione a maggio 2019
  - d. 1 evento finale in Slovenia
- 2) Campagna promozionale
  - a. piano d'azione (lista dei media, annunci a pagamento, articoli promozionali, calendario)
  - b. Press Clipping (rassegna stampa con gli articoli usciti sul progetto)
- 3) Realizzazione di Brochure e depliant
  - a. 7 roll-up
  - b. 10 poster
  - c. 200 block-notes (aggiuntivi)
  - d. 200 penne (aggiuntivi)
  - e. 1 layout grafico per depliant (in 3 lingue: Friulano, Cimbri, Ladino) comprensivo di toponomastica e frasario
  - f. 1 layout grafico per brochure (sia in italiano che in sloveno)
- 4) Materiali promozionali (il contenuto sarà fornito da URES)
  - a. artigianato della comunità slovena in Italia
  - b. agricoltura della comunità slovena in Italia
  - c. enogastronomia in Italia
- 5) Aggiornamento del sito di progetto con inserimento di notizie e output in
  - a. italiano
  - b. sloveno
  - c. inglese
- 6) Gestione dei profili social
  - a. Facebook
  - b. Twitter

## 4. KOMUNIKACIJSKE DEJAVNOSTI IN CILJI

### Dejavnosti za WP2:

- 1) Organizzazione dogodkov
  - a. 1 kick off meeting v Venetu, marec 2019
  - b. 4 dneva odrprtih vrat: Trst, Comelico, Bibione in Koper
  - c. 1 predstavitev tečaja izobraževanja v maju 2019
  - d. 1 zaključni dogodek v Sloveniji
- 2) Promocijska kampanja
  - a. akcijski načrt (seznam medijev, plačani oglasi, promocijski članki, koledar)
  - b. Press Clipping (pregled tiska z objavljenimi članki o projektu)
- 3) Izdelava brošur in letakov
  - a. 7 roll-up
  - b. 10 posterjev
  - c. 200 zvezkov (dodatnih)
  - d. 200 peres (dodatnih)
  - e. 1 grafična postavitev za letake (v treh jezikih: Furlanski, Kimbrijski, Ladinski) s toponomastiko in slovarčkom
  - f. 1 grafična postavitev za brošure (v italijanščini in slovenščini)
- 4) Promocijski materiali (vsebinsko bo zagotovilo SDGZ)
  - a. obrtništvo slovenske narodne skupnosti v Italiji
  - b. kmetijstvo slovenske narodne skupnosti v Italiji
  - c. gastronomija in vino v Italiji
- 5) Urejanje projektne spletne strani z novicami in rezultati v
  - a. italijanščini
  - b. slovenščini
  - c. angleščini
- 6) Urejanje družabnih omrežij
  - a. Facebook

c. Instagram  
(Target: 100 post, 5000 followers)

7) 12 newsletter e direct mailing

- a. 12 newsletter (cadenza trimestrale) sia in italiano che in sloveno
- b. direct mailing da e per i leader del WP2 (PP5) bimestralmente per aggiornare i partner

8) organizzazione delle conferenze stampa a margine di ogni evento (7)

- a. 50 inviti ai media nazionali e locali
- b. 14 comunicati stampa (1 prima delle conferenze stampa e 1 dopo il meeting)
- c. 30 articoli apparsi su media on-line e off-line

9) Altre relazioni con i media

- a. 1 Bar Camp
- b. 3 storytelling
- c. 1 educational tour
- d. target
- e. 10 giornalisti/blogger
- f. 10 articoli

b. Twitter  
c. Instagram  
(Target: 100 post, 5000 follower)

7) 12 newsletter in direct mailing (neposredno pošiljanje pošte)

- a. 12 newsletter (tromesečno) v italijanščini in slovenščini
- b. dvomesečno neposredno pošiljanje pošte WP2 vodje (PP5) vsem partnerjem

8) organizacija tiskovnih konferenc po vsakemu dogodku (7)

- a. 50 vabil za nacionalne in lokalne medije
- b. 14 sporočil za javnost (1 pred tiskovno konferenco in 1 po sestanku)
- c. 30 člankov na on-line in off-line medijih

9) Ostali odnosi z mediji

- a. 1 Bar Camp
- b. 3 storytelling
- c. 1 educational tour
- d. target
- e. 10 novinarji/blogerji
- f. 10 člankov

## 5. IDENTITA' VISIVA

Il Programma Italia Slovenia ha definito la strategia del programma e le regole per l'identità visiva.

Tutte le indicazioni per l'utilizzo del logo e dei materiali promozionali sono incluse nelle Linee guida per l'applicazione dell'identità visiva per l'attuazione delle attività di informazione e comunicazione a livello di progetto sul sito del Programma Interreg V-A Italia-Slovenia - Vers. 2 /19 indicati al punto 2 del piano.

Informazioni di base:

10/04/2019

## 5. GRAFIČNA PODOBA

Program Italia Slovenia je določil strategijo programa in pravila za grafično podobo.

Vse navedbe za uporabo logotipa in promocijsko gradivo so vključene v Priročniku za uporabo celostne grafične podobe pri izvajanju projektnih aktivnosti obveščanja v okviru Programa na spletni strani projekta V-A Italia-Slovenija Razl. 2/19, točka 2.

Osnovne informacije:

- Il logo di progetto deve essere posizionato in cima alla pagina, sul lato sinistro
- La larghezza del logo non può essere inferiore a 38,1 mm
- Se utilizzato assieme ad altri loghi, l'altezza di questi deve essere minore rispetto alla bandiera europea
- Il font ufficiale del Programma è Trebuchet MS. Il suo utilizzo per i documenti di progetto è consigliato ma non obbligatorio
- Tutto il materiale destinato al pubblico deve essere prodotto sia in lingua italiana che slovena.

Il LP ha condiviso con i partner il logo di progetto fornito dal Programma.

Oltre al logo di progetto, i partner hanno votato un'immagine rappresentativa di proprietà del Progetto da utilizzare sulla carta stampata e online, in modo da rendere riconoscibile il progetto e creare un marchio.

I seguenti modelli e materiali promozionali sono stati progettati per essere utilizzati per la comunicazione esterna e allegati al Piano

- Agenda
- Documento Word
- Foglio presenze
- Presentazione power point
- Formato del comunicato stampa
  
- Roll-up
- Poster
- Block notes
- Penne

La newsletter, le brochure e i depliant saranno progettati e i template saranno aggiunti al Piano.

Al fine di rispettare le regole di Programma ai partner è richiesto di condividere con il leader del WP2 ulteriore materiale e di attendere l'approvazione prima di pubblicarlo.

- Progettni logotip mora biti postavljen na levem vrhu strani
- Širina logotipa ne sme biti manjša od 38,1 mm
- Če ga uporabljate skupaj z drugimi logotipi, višina ostalih logotipov mora biti nižja od evropske zastave
- Uradni font (pisava) programa je Trebuchet MS. Njegova uporaba za projektne dokumente je priporočena, vendar ni obvezna.
- Vse gradivo za javnost mora biti napisano v italijanščini in slovenščini.

LP je podelil partnerjem uradni logotip projekta, ki ga je izdelal Program.

Poleg logotipa projekta partnerji so glasovali za reprezentativno sliko, ki je v lasti Projekta, za uporabljanje v tiskanem papirju in na spletu. Cilj je prepoznavnost in storitev blagovne znamke.

Naslednji vzori in promocijski materiali so izdelani za zunanjo komunikacijo in so priloženi Načrtu

- Agenda (program)
- Word dokument
- Prisotnostni list
- Power point prezentacija
- Format sporočila za javnost
  
- Roll-up
- Poster
- Zvezki
- Peresa

Oblikovani bodo še newsletter, brošure in letaki. Modeli (template) bodo dodani Načrtu.

Da bi upoštevali pravila Programa, partnerji morajo WP2 vodjo vprašati dovoljenje za objavo dodatnega materijala.



## 6. STRUMENTI PER LA COMUNICAZIONE INTERNA

Sin dalla fase di preparazione i partner hanno utilizzato i classici strumenti per la comunicazione interna (e-mail, skype conference, telefonate e incontri). In modo da poter garantire una comunicazione interna più efficiente a ogni partner è richiesto di fornire una Mailing list in cui è incluso il RUOLO di ogni partecipante alla squadra di progetto con evidenza dell'addetto alla comunicazione.

Durante il KoM viene distribuita una scheda ai partner per raccogliere queste informazioni e i partner dovranno poi inviarla al leader del WP2 e fornire gli eventuali aggiornamenti nel corso del progetto.

Il Timeplan di progetto allegato viene condiviso con i partner e aggiornato durante ogni SCM come utile strumento informativo rispetto ai target e alle scadenze.

Una repository comune per poter caricare i deliverable approvati è disponibile sul sito internet del progetto e le credenziali sono state inviate dal JTS.  
<http://drive-itaslo.blumm.it/pb-admin/login>

È stato creato anche un Google Drive come repository comune per poter caricare i documenti di lavoro.

## 6. ORODJA ZA NOTRANJO KOMUNIKACIJO

Partnerji so od začetne faze uporabljali klasična orodja za notranjo komunikacijo (e-pošta, skype konference, telefonski klici, srečanja).

Da bi zagotovili učinkovitejšo notranjo komunikacijo z vsakim partnerjem, je treba predložiti poštni seznam (mailing list), ki vključuje vlogo vsakega udeleženca v projektni skupini in naglasiti kdo je odgovoren za komunikacijo.

Med KoM je partnerjem razdeljena kartica za zbiranje teh informacij, partnerji pa jo morajo poslati vodji WP2 in komunicirati vse posodobitve med projektom.

Priloženi časovni načrt projekta (Timeplan) se s partnerji deli in posodablja v vsakem SCM kot koristno informacijsko orodje glede na cilje in roke.

Na spletni strani projekta je na voljo skupni repozitorij za nalaganje rezultatov, JTS pa je poslal uporabniško ime in geslo.  
<http://drive-itaslo.blumm.it/pb-admin/login>

Ustvarjen je tudi Google Drive kot skupno skladišče za nalaganje delovnih dokumentov.

## 7. STRUMENTI PER LA COMUNICAZIONE ESTERNA

## 7. ORODJA ZA ZUNANJO KOMUNIKACIJO

### STRUMENTI DIGITALI

#### SITO INTERNET

Il principale strumento è il sito del Progetto ([www.ita-slo.eu/primis](http://www.ita-slo.eu/primis)) che verrà costantemente aggiornato in lingua italiana, slovena e inglese.

#### SOCIAL MEDIA

Sono stati attivati 3 profili social con lo stesso hashtag (#primisproject) e con lo stesso tag (@primisproject). Se un partner utilizza il proprio profilo per parlare del progetto deve utilizzare del tag del progetto.

Il leader del WP2 è responsabile dell'aggiornamento e tutti i PP contribuiscono attivamente alla diffusione.

A tale scopo, nella mailing list del partner e nella scheda è richiesto di aggiungere gli account FACEBOOK, TWITTER e INSTAGRAM dei partner per poterli citare agevolmente e di tutto lo staff coinvolto, qualora il proprio profilo social venga utilizzato a scopo professionale e non solo ad uso personale, per poter aumentare il pubblico.

Anche la mailing list dei media, dei beneficiari e degli stakeholder deve essere continuamente alimentata da ogni partner e inviata al leader del WP2 in modo da creare un pubblico per i social.

È stato creato inoltre un canale YouTube per poter caricare video da condividere poi sui vari social e sul sito.

#### DIRECT MAILING

I partner invieranno ogni due mesi ai leader del WP2 un aggiornamento riguardante le attività svolte e le informazioni verranno utilizzate per le newsletter e altre attività di comunicazione esterna.

### DIGITALNA ORODJA

#### SPLETNA STRAN

Glavno orodje je spletna stran projekta ([www.ita-slo.eu/primis](http://www.ita-slo.eu/primis)), ki se bo stalno posodabljala v italijanskem, slovenskem in angleškem jeziku.

#### DRUŽABNA OMREŽJA

Z istim hashtagom (#primisproject) in z isto oznako (@primisproject) je aktivirano 3 družabna profila. Če partner uporabi svoj profil za komunikacijo o projektu, mora uporabiti oznako (tag) projekta.

Vodja WP2 je odgovoren za posodobitev in vsi PP-ji dejavno prispevajo k razširjanju informacij.

V ta namen se na partnerskem poštnem seznamu zahteva da vsi partnerji dodajo osebne in partnerske FACEBOOK, TWITTER in INSTAGRAM profile, če se ti uporabljajo za poklicne namene in ne samo za osebno uporabo.

Da bi se doseglo čim več občinstva, vsak partner mora nenehno posodabljati seznam medijev, upravičencev in zainteresiranih strani in jih pošiljati vodji WP2.

Ustvarjen je tudi YouTube kanal za nalaganje videoposnetkov za skupno rabo v družabnih omrežjih in na spletni strani.

#### NEPOSREDNO POŠILJANJE POŠTE

Partnerji bodo vodji WP2 vsaka dva meseca poslali informacije o izvedenih dejavnostih. Informacije bodo uporabljene za glasila in druge zunanje komunikacijske dejavnosti.

## NEWSLETTER

Le newsletter sono preparate con il contenuto fornito dai singoli partner.

## PUBBLICAZIONI

### DEPLIANT E BROCHURE

Anche se la versione digitale è fortemente consigliata, è possibile stampare materiale di progetto per gli info point e per le fiere.

## EVENTI

### OPEN DAYS, CONFERENZE, WORKSHOP, CORSI DI FORMAZIONE, INAUGURAZIONI, CONFERENZE STAMPA, BAR CAMP, EDUCATIONAL TOUR

Un calendario degli eventi e un piano editoriale verranno condivisi durante ogni meeting e gli eventi saranno promossi attraverso il sito, i social e le mail.

## PIANO EDITORIALE PER I SOCIAL

### 1. 10 presentazioni dei partner

Calendario: secondo la numerazione indicata in application form

Contenuti: testo e fotografie

Tutti i post dovranno avere la stessa struttura, in modo da fornire una sorta carta d'identità per sponsorizzare i partner

### 2. 5 presentazioni delle comunità locali

Cimbri, Ladini, Friulani, Italiani e Sloveni  
5 post, uno ogni mese

### 3. Eventi

post: almeno 3 post per ogni evento; 1 prima, 1 durante e 1 dopo l'evento

La frequenza sarà definita in base al calendario.

Le comunicazioni verranno strutturate in questo modo:

- 15 giorni prima dell'evento: SAVE THE DATE
- Durante l'evento: pubblicazione di 5 foto e qualche contenuto
- Uno/due giorni dopo: link alle notizie pubblicate su internet o sulla stampa
- Una settimana dopo un post più lungo da pubblicare sul sito di Progetto e poi condiviso sui vari social.

### 4. Presentazione degli altri output (WP3 e

## NEWSLETTER

Newsletter je pripravljena z vsebinami, ki jih pošljejo partnerji.

## OBJAVE

### LETAKI IN BROŠURE

Čeprav je digitalna verzija priporočena, je mogoče tiskati projektni material za info točke in sejme.

## DOGODKI

### DNEVI ODPRTIH VRAT, KONFERENCE, WORKSHOP, IZOBRAŽEVALNI TEČAJI, OTVORITVE, TISKOVNE KONFERENCE, BAR CAMP, POUČNI OGLEDI

Koledar dogodkov in načrt za objave bo deljen med vsakim sestankom, dogodki pa se bodo promovirali prek spletne strani, družabnih omrežij in e-pošte.

## UREDNIŠKI NAČRT ZA DRUŽABNE MEDIJE

### 1. 10 predstavitev partnerjev

Koledar: kot navedeno na AF (Application Form)

Vsebina: besedilo in fotografije

Vse publikacije (post) morajo imeti enako strukturo, da se zagotovi nekakšna podobna osebna iskaznica za sponzoriranje partnerjev

### 2. 5 predstavitev lokalnih skupnosti

Kimbri, Ladinci, Furlanci, Italijani in Slovenci  
5 publikacij (post), eno vsaki mesec

### 3. Dogodki

publikacije: vsaj 3 publikacij za vsaki dogodek; 1 pred, 1 med in 1 po dogodku

Pogostost bo določena na podlagi koledarja.

Komunikacije bodo strukturirane na naslednji način:

- 15 dni pred dogodkom: SAVE THE DATE
- Med dogodkom: objava 5 fotografij in nekaj vsebin
- 1/2 dni pozneje: link povezave na novice objavljene na internetu ali v tisku
- Po enem tednu objava daljše publikacije na spletni strani Projekta in nato deljenje na družabnih medijih.

### 4. Predstavitev drugih izhodov (WP3 in

WP4)

Post contenenti informazioni sulle attività in corso, sulla preparazione dei deliverable e sulla pubblicazione del documento finale.

WP4)

Publikacije, z informacijami o trenutnih dejavnostih, pripravo rezultatov in objavo končnega dokumenta.

## 8. MONITORAGGIO

## 8. NADZOR

I Partner devono aggiornare il leader del WP2 prima di ogni evento, in modo da poter organizzare la campagna di comunicazione e dopo l'evento è necessario inviare il foglio presenze, immagini, articoli e ogni altro materiale utile per poter valutare il raggiungimento del target.

Partnerji morajo pred vsakim dogodkom obveščati vodjo WP2, zaradi organiziranja komunikacijske kampanje. Po dogodku pa je potrebno poslati prisotnostni list, slike, članke in drugo uporabno gradivo, da se oceni doseganje ciljev.

## 9. ALLEGATI

## 9. PRILOGE

- A. Formato della mailing list
- B. Timeplan di progetto
- C. Logo di progetto
- D. Immagine del Progetto
- E. Roll-up
- F. Poster
- G. Block notes
- H. Penne
- I. Agenda
- J. Foglio presenze
- K. Documento Word
- L. Comunicato stampa
- M. Presentazione in formato Power Point

- A. Oblika poštnega seznama
- B. Timeplan projekta
- C. Logotip projekta
- D. Podoba projekta
- E. Roll-up
- F. Poster
- G. Zvezek
- H. Peresa
- I. Agenda
- J. Prisotnostni list
- K. Word dokument
- L. Izjava za javnost
- M. Predstavitev v Power Point formatu

## 10. VERSIONI

La versione n.0 del 26/3/2019 è stata presentata durante il II SCM.  
Modifiche successive al KoM:  
Aggiunta di riferimenti a Google Drive, canale YouTube e inserita tabella con i gruppi target.

Versione n.1 del 10/04/2019  
tradotta in lingua italiana e slovena

## 10. VERZIJE

Verzija št.0 dne 26/3/2019 je bila predstavljena v II SCM.  
Ostale spremembe po KoM:  
Dodane omembe na Google Drive, kanal YouTube in postavljena tabela s ciljnimi skupinami.

Verzija št.1 dne 10/04/2019  
prevedena v italijanščino in slovenščino





C. Project logo



D. Project image



D. Roll-up



**Interreg**   
 ITALIA-SLOVENIJA  
 **PRIMIS**  
Progetto strategico co-finanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale  
 (Strumenti operativi Interregionali e Interregionali)

**VIAGGIO MULTICULTURALE TRA  
 ITALIA E SLOVENIA ATTRAVERSO  
 IL PRISMA DELLE MINORANZE**

**VEČKULTURNO POPOTOVANJE  
 MED SLOVENIJO IN ITALIJO  
 SKOZI PRIZMO MANJŠIN**

Budget totale 2.823.529,41 € Celotni znesek	Contributo FESR 2.399.999,98 € Prispevek ESRR	Partner 10 Partnerjev	Mesi 36 mesecev
---	---	-----------------------------	-----------------------

La presenza delle Comunità nazionali slovena e italiana e di altre comunità linguistiche (cimbri, ladini, friulani) rendono unica l'area programma su cui opera PRIMIS. Gli obiettivi del progetto sono la valorizzazione del patrimonio linguistico, culturale e naturale delle comunità autoctone, il cambiamento della percezione dell'identità multiculturale e multilinguistica sia per i turisti sia per i residenti, la promozione del territorio transfrontaliero e l'incremento della domanda turistica, grazie all'utilizzo di strumenti innovativi.

Prisotnost slovenske in italijanske narodne skupnosti ter ostalih jezikovnih skupnosti (Cimbri, Ladinov in Furlanov) zagotavlja edinstvenost programskega območja, na katerem se izvaja PRIMIS.

Cilji projekta so krepitev jezikovne, kulturne in naravne dediščine avtohtonih skupnosti; sprememba v načinu dojemanja večkulturne in večjezične identitete s strani turistov in prebivalstva; promocija čezmejnega območja ter dvig turističnega povpraševanja na podlagi uporabe inovativnih orodij.

[www.ita-slo.eu/primis](http://www.ita-slo.eu/primis) @primisproject 

Partner / Partnerji: 



E. Poster



**Interreg**   
 ITALIA-SLOVENIJA  
 **PRIMIS**  
Progetto strategico cofinanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale  
 Strategični projekt sofinanciran Evropski sklad za regionalni razvoj

## VIAGGIO MULTICULTURALE TRA ITALIA E SLOVENIA ATTRAVERSO IL PRISMA DELLE MINORANZE

## VEČKULTURNO POPOTOVANJE MED SLOVENIJO IN ITALIJO SKOZI PRIZMO MANJŠIN

La presenza delle Comunità nazionali slovena e italiana e di altre comunità linguistiche (cimbri, ladini, friulani) rendono unica l'area programma su cui opera PRIMIS.  
 Gli obiettivi del progetto sono la valorizzazione del patrimonio linguistico, culturale e naturale delle comunità autoctone, il cambiamento della percezione dell'identità multiculturale e multilinguistica sia per i turisti sia per i residenti, la promozione del territorio transfrontaliero e l'incremento della domanda turistica, grazie all'utilizzo di strumenti innovativi.

Prisotnost slovenske in italijanske narodne skupnosti ter ostalih jezikovnih skupnosti (Cimbrov, Ladinov in Furlanov) zagotavlja edinstvenost programskega območja, na katerem se izvaja PRIMIS.

Cilji projekta so krepitev jezikovne, kulturne in naravne dediščine avtohtonih skupnosti; sprememba v načinu dojemanja večkulturne in večjezične identitete s strani turistov in prebivalstva; promocija čezmejnega območja ter dvig turističnega povpraševanja na podlagi uporabe inovativnih orodij.

<b>Budget totale</b> 2.823.529,41 € Celotni znesek	<b>Contributo FESR</b> 2.399.999,98 € Prispevek ESRR	<b>Partner</b> 10 Partnerjev	<b>Mesi</b> 36 mesecev
--	--	------------------------------------	------------------------------

[www.ita-slo.eu/primis](http://www.ita-slo.eu/primis)    @primisproject            

Partner / Partnerji:












F. Block notes



**Interreg**   
 ITALIA-SLOVENIJA  
 **PRIMIS**  
Progetto strategico co-finanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale  
 Strategični projekt sofinanciran Evropski sklad za regionalni razvoj

**VIAGGIO MULTICULTURALE TRA ITALIA E SLOVENIA  
 ATTRAVERSO IL PRISMA DELLE MINORANZE**

**VEČKULTURNO POPOTOVANJE MED SLOVENIJO IN ITALIJO  
 SKOZI PRIZMO MANJŠIN**

[www.ita-slo.eu/primis](http://www.ita-slo.eu/primis)      @primisproject        


Partner / Partnerji



G. Pens



H. Agenda



PF Organizer logo

TYPE OF EVENT


TITOLO IN ITALIANO NASLOV V SLOVENŠČINI

DATA DATUM

Città Mesto  
 Luogo dell'evento  
 Indirizo ~~naslov~~

PROGRAMMA	PROGRAM

Partneri e Partnerici



I. Attendance sheet



Progetto strategico co-finanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale  
Sostituisce i progetti cofinanziati Europei (altri da registrare) (art. 1)

Title of the meeting in Italian and Slovene language \_\_\_\_\_

Place and date of the meeting \_\_\_\_\_

Attendance sheet \_\_\_\_\_

PP organizer  
Logo


I	COGNOME PRIMEK	NOME IME	ENTE ISTITUUCJA	TELEFONO TELEFON	E-MAIL E-POSTA	FIRMA PODPIS	ACCONSENTO* SOGLASAM*
1							1) DA-SI / NE-NO 2) DA-SI / NE-NO 3) DA-SI / NE-NO
2							1) DA-SI / NE-NO 2) DA-SI / NE-NO 3) DA-SI / NE-NO
3							1) DA-SI / NE-NO 2) DA-SI / NE-NO 3) DA-SI / NE-NO
4							1) DA-SI / NE-NO 2) DA-SI / NE-NO 3) DA-SI / NE-NO
5							1) DA-SI / NE-NO 2) DA-SI / NE-NO 3) DA-SI / NE-NO
6							1) DA-SI / NE-NO 2) DA-SI / NE-NO 3) DA-SI / NE-NO
7							1) DA-SI / NE-NO 2) DA-SI / NE-NO 3) DA-SI / NE-NO
8							1) DA-SI / NE-NO 2) DA-SI / NE-NO 3) DA-SI / NE-NO
9							1) DA-SI / NE-NO 2) DA-SI / NE-NO 3) DA-SI / NE-NO
10							1) DA-SI / NE-NO 2) DA-SI / NE-NO 3) DA-SI / NE-NO

\* Al sensi del Regolamento (UE) 2015/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, con la firma ACCONSENTO affisso dai dati personali indicati a scopi seguenti:  
 1- INVIO/INVITI A EVENTI NELL'AMBITO DEL PROGETTO, 2- INVIO COMUNICATI, SULLO SVOLGIMENTO DEL PROGETTO E 3- ELABORAZIONE STATISTICA AI FINI DI VERIFICA DI RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DEL PROGETTO.  
 \* V 08084 / 1 08082 (TU) 2015/679 (2008084) parlamenta in 0809 / 080802, SOGLASAM / 08090 080808, 08080 080802, 080808, 080802  
 1- POŠILJANJE VABIL NA DOGODE V OKVIRU PROJEKTA, 2- OBVEŠČANJE O PROJEKTU IN 3- STATISTIČNA OBLJAVLA ZA PREVERJANJE DOSEGANJA PROJEKTSKIH CILJEV.

Partner / Partnerji



J. Word document


  
**TITLE OF THE REPORT IN  
ITALIAN AND SLOVENE  
LANGUAGE**  
(FONT TREBUCHET 36 PT. BOLD)

**Subtitle in Italian and Slovene language**  
(font Trebuchet 14 pt, Bold)

**Versione N.X (font Trebuchet 12 pt, Bold)**  
**Author (font Trebuchet 12 pt Bold)**

---

Partner / Partnerji



1 TITLE ITA

1 TITLE SLO

Contenuto in lingua italiana



Vsebina x slovenskem jeziku

Date of the report xx/xx/xxxx

2

Title of the report  
Version n. x

K. Press release

		<input type="text" value="PP Logo"/>
<p><b>I</b></p>		
<p><b>COMUNICATO STAMPA DEL</b>          XX/XX/XXXX</p>	<p><b>TISKOVNO SPOROČILO Z DNE</b>          XX/XX/XXXX</p>	
<p>Contenuto in lingua italiana</p> <p>with a sentence to the project acronym/ title/          Programme/ERDF funding          about/project/event description (also,          results, etc...)</p>	<p>Številca x slovensko, izzivu</p> <p>with a sentence to the project acronym/ title/          Programme/ERDF funding          about/project/event description (also,          results, etc...)</p>	
<p>Per ulteriori informazioni contattare / Za več informacij kontaktirajte:</p> <p>xxxx@xxxxxx</p> <p><a href="http://www.ita-slo.eu/primis">www.ita-slo.eu/primis</a></p>		
<p><small>Partneri / Partnerji</small></p> 		
<p><small>Comunicato stampa realizzato nell'ambito del progetto PRIMIS finanziato nell'ambito del Programma Interreg V.2 Italia-Slovenia 2014-2020 del Fondo europeo di sviluppo regionale e dei fondi nazionali.          Izpovedilo je pripravilo v sklopu projekta PRIMIS, ki ga financira program Interreg V-2 Italija-Slovenija 2014-2020. Comunicato šteta za regionalni razvoj in razvojne sklope.</small></p>		

L. Power point presentation



**Interreg**   
 ITALIA-SLOVENIJA  
 **PRIMIS**  
Progetto strategico cofinanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale  
 Sostiene progetti cofinanziati Europei (altri da regionali, naz.)

VIAGGIO MULTICULTURALE TRA ITALIA E SLOVENIA ATTRAVERSO IL PRISMA DELLE MINORANZE  
 VEKULTURNO POPOTOVANJE MED SLOVENIJO IN ITALIJO SKOZI PRIZMO MANJŠIN

**PRESENTATION TITLE**  
 (in Italian and Slovene language; font Trebuchet; min 60 pt and Bold)

Speaker references  
 (font Trebuchet; min 32 pt)

EVENT TITLE (font Trebuchet, min 32 pt),  
 Place and date



**Interreg**   
 ITALIA-SLOVENIJA  
 **PRIMIS**  
Progetto strategico cofinanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale  
 Sostiene progetti cofinanziati Europei (altri da regionali, naz.)

Slide Heading

Slide Subheading

Text  
 • bulletpoints

EVENT TITLE, Place and date

2



**Interreg**   
 ITALIA-SLOVENIJA   
 Progetto strategico co-finanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale  
 Sostituisce i progetti cofinanziati da ERDF e da programmi nazionali

## Slide Heading

### Slide Subheading

EVENT TITLE, Place and date

3

**Interreg**   
 ITALIA-SLOVENIJA   
 Progetto strategico co-finanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale  
 Sostituisce i progetti cofinanziati da ERDF e da programmi nazionali

## Slide Heading

Text	Text	Text
text	Lorem ipsum dolor sit amet	text
text	Lorem ipsum dolor sit amet	text
text	Lorem ipsum dolor sit amet	text
text	Lorem ipsum dolor sit amet	text

EVENT TITLE, Place and date

4



Grazie per l'attenzione!  
Hvala za pozornost!

TITLE OF THE PRESENTATION

Speaker references

(font Trebuchet 32 pt)

[www.ita-slo.eu/primis](http://www.ita-slo.eu/primis)